

Pressemelding

Kontaktperson: Magnus Anshelm Telefon: +46 8 663 04 90 www.irm-media.no

Reklamemarkedet vokste 1 milliard 2010

Den mest heldekkende statistikken over reklamemarkedet i Norge som noen gang er publisert viser nå at reklameinvesteringene økte med 1 milliard kroner i 2010.

Når IRM (Institutet för Reklam- och Mediestatistik) nå presenterer en oversikt som også omfatter søkeordsmarkedsføring, nettkataloger, eventmarkedsføring og sponning viser det seg at reklamemarkedet økte med nær milliarden i 2010.

Investeringene i eventmarkedsføring økte like mye som investeringene i internettreklame, og sponning hadde omtrent samme vekst som investeringene i TV-reklame. Videre kan man konstatere at investeringene i søkeordsmarkedsføring økte markant i 2010.

- At reklamemarkedet har hatt en kraftig vekst i 2010 har vi jo visst en stund, men med en mer komplett statistikk kan vi nå konstatere at veksten på reklamemarkedet var enda større, sier Magnus Anshelm – daglig leder i IRM. Inntektene både i søkeordsmarkedsføring, sponning og eventmarkedsføring økte nemlig vesentlig mer enn investeringene i andre mediekanaler, avslutter han.

For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Magnus Anshelm på + 46 70 218 51 10

Bilag

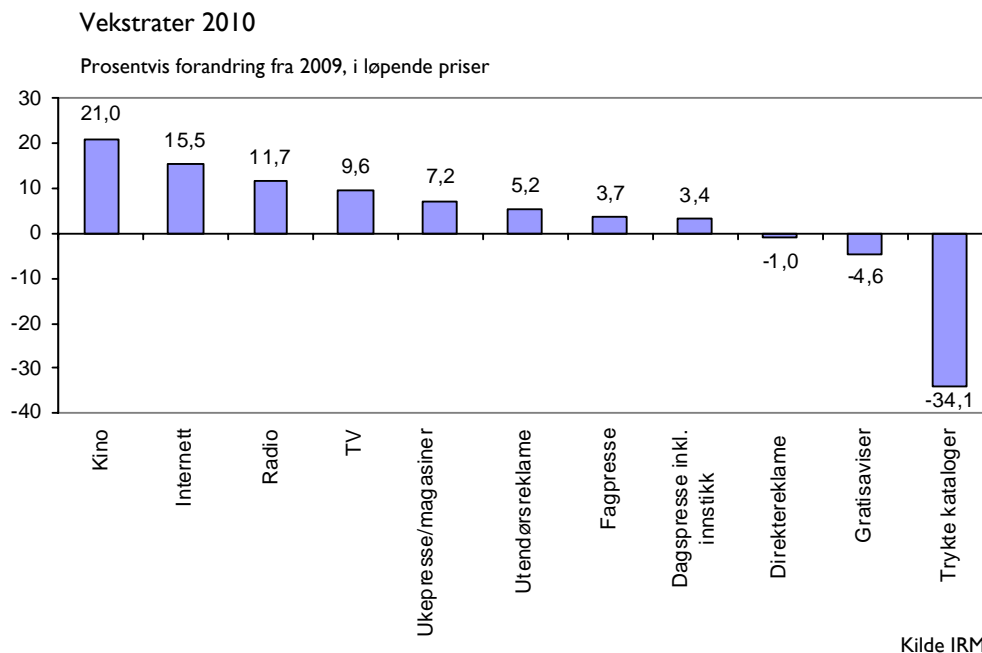
Tabell I.

Norsk Mediestatistikk 2010¹
Millioner kroner, netto, innsamlet medieomsetning,
endring i prosent, løpende priser. Kilde IRM

	2010 (MNOK)	± 09 (%)
Dagspresse inkl. innstikk	6 310	3,4
Gratisaviser	139	-4,6
Ukepresse/magasiner	544	7,2
Fagpresse	559	3,7
Trykte kataloger	376	-34,1
Direktoreklame	2 271	-1,0
TV	3 061	9,6
Radio	563	11,7
Kino	139	21,0
Internett ²	4 064	15,5
Utendørsreklame	506	5,2
Total medieomsetning	18 533	5,5

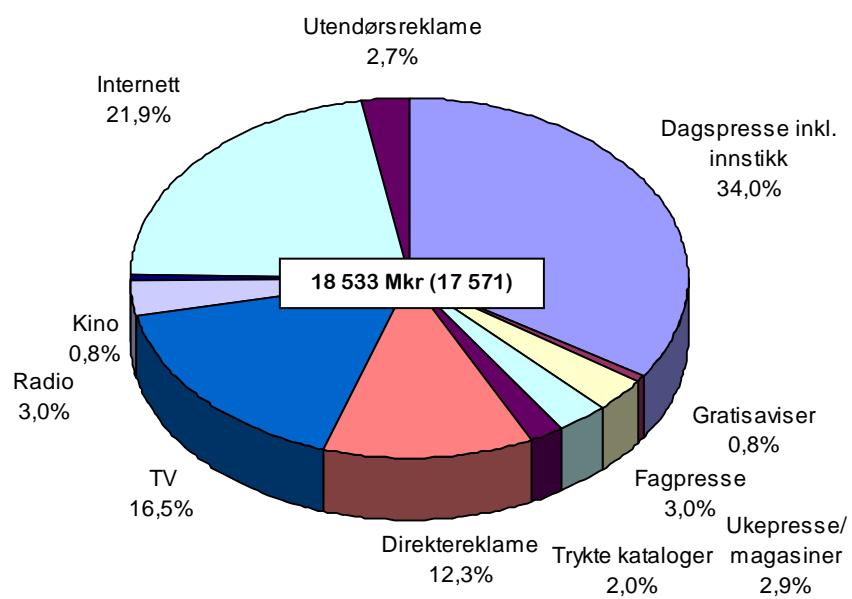
1. Tallene baserer seg på innsamlede rapporter fra de enkelte mediekkanaler, for datagrunnlaget se www.irm-media.no
2. Kilde: IRM, INMA og MBL/NettForum

Figur I.



Figur 2. Reklamekaken i 2010

Prosentuell andel



Kilde IRM